



## Chemiedistribution

Der deutsche Chemiehandel befasst sich mit einer langen Agenda dringlicher Themen

Seite 6 - 7



## Strategie

Die digitale Transformation sorgt für Aufwärtsdynamik – auch bei den Kosten

Seite 13



## Management

Tipps für die Einführung von Supply-Chain-Planungssystemen in der Chemieindustrie

Seite 14

Liebe Turnaround-Manager,  
diese Nachricht ist nur für Sie:

## Treibende Kraft für die Transformation

Industriedienstleister Bilfinger unterstützt Unternehmen bei Effizienz- und Nachhaltigkeitsverbesserungen

Für die Chemie- und Pharmaindustrie spielen Industriedienstleister eine zunehmend wichtige Rolle zur Erreichung von Effizienz- und Nachhaltigkeitszielen. Bilfinger ist mit einem Konzern-Jahresumsatz von 4,3 Mrd. EUR und einem umfassenden Portfolio die Nummer 1 in diesem Segment in Deutschland. Dabei deckt das Leistungsportfolio des Mannheimer Konzerns die gesamte Wertschöpfungskette von Consulting, Engineering, Fertigung, Montage und Instandhaltung über die Erweiterung und Generalrevision von Anlagen bis hin zur digitalen Anwendung ab. Um seine Wachstumsziele zu erreichen, hat Bilfinger zwei strategische Stoßrichtungen identifiziert: die Neupositionierung als führender Industriedienstleister zur Steigerung von Effizienz und Nachhaltigkeit und die eigene Operational Excellence. Letztere will der seit März 2022 amtierende Vorstandsvorsitzende Thomas Schulz auch mit einem im Herbst letzten Jahres eingeleiteten Effizienzprogramm verbessern. Michael Reubold sprach mit ihm über die Geschäftsentwicklung, das Marktumfeld und die strategischen Pläne.



**CHEManager: Herr Schulz, als Industriedienstleister sind Sie im ständigen Kontakt mit vielen Kunden der Chemie- und Pharmaindustrie. Was beschäftigt Ihre Kunden?**

**Thomas Schulz:** Effizienz und Nachhaltigkeit sind zentrale Themen, insbesondere in Bezug auf Klimaneutralität, Energie- und Rohstoffeinsatz. Unsere Kunden sind hier kurz- und langfristig erheblich gefordert. Neben diesen operativen Herausforderungen beschäftigen sie sich mit einer Vielzahl von externen Einflüssen. Es sind nicht nur die gravierenden Ereignisse wie Finanz-, Flüchtlings-, Corona- oder jüngst die Energiekrise, sondern auch langfristige, regional begrenzte Marktbedingungen wie die Überregulierung in Europa. Führungskräfte stehen heute vor vielen Herausforderungen, die über das operative Geschäft hinaus-

gehen. All dies belastet das klassische Management-Dreieck, in dem Topmanager die Erwartungen von Kunden, Beschäftigten und Eigentümern in Einklang bringen müssen.

**Was bedeutet das für Ihre Kundenbeziehungen und für Ihr Geschäft?**

**I. Schulz:** Aufgrund der Vielzahl an Themen sind Kunden froh, wenn sie Dinge an erfahrene, qualifizierte Partner abgeben können. Zudem haben die meisten Unternehmen ihre Nachhaltigkeitsziele priorisiert und vorgezogen. Unser Geschäftsmodell basiert auf der Steigerung der Rentabilität

unserer Kunden durch die Verbesserung von Effizienz und Nachhaltigkeit. Wir bieten ihnen eine umfassende Unterstützung an, quasi ein Gesamtpaket, damit sie sich auf ihre Kernaufgaben konzentrieren können.

Fortsetzung auf Seite 17 ▶

### NEWSFLOW

- M&A News**  
ICIG erwirbt die HCS Group.  
ADNOC schießt auf Covestro.  
Mehr auf Seite 3 ▶
- Unternehmen**  
Solvay spaltet sich auf und tauft Spezialchemie-Spin-off „Syensqo“.  
Celanese und Mitsui gründen das Joint Venture Nutrinova.  
Schmierstoffexperte Fuchs streicht den Namenszusatz „Petrolub“.  
Mehr auf den Seiten 2, 5, 6 und 7 ▶
- Investitionen**  
BASF eröffnet Zentrum für Batteriematerialien in Schwarzheide.  
Wacker baut die Polysilicium-Kapazitäten in Burghausen aus.  
Mehr auf den Seiten 2, 3 und 5 ▶
- CHEManager International**  
Ineos to acquire TotalEnergies' petchem assets at Lavera, France.  
Novartis takes US biopharma firm Chinook for \$3.5 billion.  
Mehr auf den Seiten 9 und 10 ▶



## Gemeinsam mehr erreichen

Krahn Chemie betrachtet sich als Vertriebspartner und Kundenberater für Markttrends

Krahn Chemie ist seit über 100 Jahren in der Chemiedistribution tätig. Die Kernkompetenzen des Hamburger Unternehmens liegen im Vertrieb, Marketing und Verkauf von Spezialchemikalien und Wärmeträgerflüssigkeiten. 2022 erzielte die Krahn Chemie Gruppe mit rund 260 Mitarbeitenden einen Umsatz von rund 340 Mio. EUR. Krahn Chemie ist Teil der in Familienbesitz befindlichen Otto Krahn Gruppe, zu welcher auch der Kunststoffdistributor Albis, der Kunststoffcompoundeur Mocom, der Distributor und Verarbeiter von Keramik- und Metallpulvern Krahn Ceramics sowie der Recyclingspezialist Wipag gehören. Michael Reubold und Birgit Megges befragten den CEO der Krahn Chemie, Rolf Kuroпка, der in den letzten Jahren die internationale Expansion und die Erschließung nachhaltiger und rentabler Geschäftsfelder des Unternehmens vorangetrieben hat, zur stetigen Weiterentwicklung und den aktuellen Herausforderungen.

**CHEManager: Herr Kuroпка, seit Ihrem Start bei Krahn Chemie im Jahr 2011 hat sich das Unternehmen stark verändert. Was waren die wichtigsten Meilensteine in der Entwicklung des Unternehmens in der zurückliegenden Dekade?**

**Rolf Kuroпка:** Seit dem Beginn meiner Tätigkeit für die Krahn Chemie stand besonders im Fokus, die regionale Expansion und die Stärkung der Kernmärkte in Europa voranzutreiben. Vor einem Jahrzehnt waren lediglich anderthalb Punkte auf der Landkarte erkennbar, während wir heute stolze 13 Standorte verzeichnen.



Rolf Kuroпка, CEO, Krahn Chemie

Dank einer Reihe von Merger- und Akquisitionsmaßnahmen konnten wir unsere Präsenz sowohl auf dem europäischen Markt als auch in Israel erheblich ausbauen. Des Weiteren haben wir unseren Fokus verstärkt auf den Kundenservice gelegt, insbesondere auf unsere anwendungstechnische Beratung sowie unsere Labordienstleistungen. In unseren vier bestens ausgestatteten Laboren in Deutschland, Polen, Italien und Schweden bieten wir ein umfangreiches Dienstleistungsportfolio an.

Fortsetzung auf Seite 8 ▶



## Fünf Minuten Kaffeepause...

...und dabei den wöchentlichen Newsletter von CHEManager studieren. Effizienter und entspannter können sich Strategen und Entscheider der Chemiebranche nicht informieren!



https://bit.ly/3cWheF

Jetzt ganz einfach kostenlos registrieren:  
www.chemanager-online.com/newsletter

## Gemeinsam mehr erreichen

◀ Fortsetzung von Seite 1

**Zur Expansion in neue Märkte haben Sie auch Zukäufe getätigt. Wie ist die Krahn Chemie Gruppe heute hinsichtlich geografischer Präsenz und Produktportfolio aufgestellt?**

**R. Kuroпка:** Wir sind ein kompetenter paneuropäischer Distributor von Spezialchemikalien. Unsere Stärken sind lokale Präsenz sowie fundierte Kenntnisse in den jeweiligen Märkten. Seit 2013 sind wir nahezu jährlich gewachsen: in Polen, in den Beneluxländern, Italien, Frankreich, Griechenland, Schweden, Spanien sowie im Vereinigten Königreich. Vertriebsbüros sind zudem in Rumänien, Tschechien, Ungarn und China. Durch unsere vielfältigen Akquisitionen haben wir unser Produktportfolio ausgebaut: Rund 5.000 Kunden bieten wir über 6.000 Produkte von mehr als 50 namhaften Produzenten in insgesamt zehn verschiedenen Märkten an. Wir verstehen es also, Komplexität zu managen.

**Welche Trends und Strategien sind maßgeblich für die Auswahl Ihrer Akquisitionen? Können Sie hierfür Beispiele nennen?**

**R. Kuroпка:** Es geht uns nicht nur darum, in dem jeweiligen Land vertreten zu sein, das wir noch nicht



**dieser Märkte sehen Sie die besten Möglichkeiten für Wachstum?**

**R. Kuroпка:** Krahn legt den Schwerpunkt auf verschiedene Märkte in den weiterverarbeitenden Industrien, darunter Farben und Lacke, Bauchemie, Kleb- und Dichtstoffe, Kunststoffe, Kautschuk, Treib- und

wir aufzeigen, dass Produkte auch in anderen Bereichen eingesetzt werden können. Derzeit steht in allen Märkten Nachhaltigkeit im Fokus. Durch unsere nachhaltigen Lösungen und Services wie Workshops und Ökobilanzierung sind wir optimal positioniert, um das Wachstum in sämtlichen Märkten zu unterstützen.

**Chemiedistribution hat sehr viele Facetten. Das Angebot von Dienstleistungen ist in den letzten Jahren immer wichtiger geworden. Welche Leistungen bieten Sie Ihren Kunden an oder anders gefragt: Wie verstehen Sie sich als Distributor?**

**R. Kuroпка:** Als Partner unserer Lieferanten und Kunden streben wir danach, für beide Seiten einen nachvollziehbaren Mehrwert zu schaffen. Es muss also einen Sinn geben, warum es uns in der Wertschöpfungskette gibt. Wir fungieren praktisch als eine Verlängerung des Verkaufsapparates unserer Liefere-

kussierten Organisation unseres Außendienstes wider. Krahn Chemie schaut mit einem ganzheitlichen Blick auf den Kunden. Es geht heute weit über Produkte und Logistik hinaus: Die Logistik ist eine Grundvoraussetzung – wir sind sehr gut aufgestellt, weil wir zum Beispiel innerhalb der Otto Krahn Gruppe die vorhandenen Lager gemeinsam nutzen. Unser Gesamtpaket hat viel mit Services zu tun. Wir stehen mit unseren Partnern auf Augenhöhe und sind Inspirator, indem wir neue Einsatzmöglichkeiten aufzeigen und in die Zukunft blicken. Wir beobachten zukünftige Trends und schauen auf Themen wie Nachhaltigkeit und neue Gesetzgebungen wie zum Beispiel den EU Green Deal. Vor allem kleine Kunden profitieren von unserer Unterstützung durch Nachhaltigkeitsseminare und Lebenszyklusanalysen. Zudem haben wir angefangen, Abfallströme anzuschauen, und helfen unseren Kunden, diese – aufgearbeitet – als Rohstoff zu verkaufen. Zusätzlich haben wir unsere Labordienstleistungen, insbesondere im Bereich der Farbformulierungen, durch die Einführung eines neuen Schnelltests zur mikrobiologischen Analyse erweitert.

**Die Transformation zur Klimaneutralität ist für alle Unternehmen unumgänglich. Wie sehen Ihre Umsetzungspläne aus?**

**R. Kuroпка:** Krahn möchte nachhaltige Werte schaffen – sowohl für Lieferanten als auch für Kunden. Denn eine nachhaltige Zukunft lässt sich

nur durch die Zusammenarbeit aller Beteiligten entlang der gesamten Wertschöpfungskette erreichen. Unser Ziel ist es, der Partner der Wahl zu sein, wenn es um nachhaltige Produktion geht. Wir arbeiten gemeinsam daran, neue innovative und gleichzeitig nachhaltige Produkte zu kreieren und zu fördern: Kreislaufwirtschaft, der Einsatz biologischer Materialien, Langlebigkeit und ein geringer CO<sub>2</sub>-Fußabdruck sind sehr wichtige Aspekte, die uns stark beschäftigen.

Als Unternehmen selbst versuchen wir, wo immer möglich, den Energieverbrauch zu senken und beziehen Strom aus erneuerbaren Energien.

**Krahn möchte nachhaltig Werte schaffen – sowohl für Lieferanten als auch für Kunden.**

Unser Umweltschutzmanagementsystem ist bereits nach ISO 14001 zertifiziert und wir befassen uns intensiv mit Scope-1-, Scope-2- und Scope-3-Emissionen. Selbst auf kleiner Ebene gehen wir Themen an, indem wir zum Beispiel für mehr Biodiversität Bienenstöcke aufstellen. Auch unsere Mitarbeitenden spielen eine entscheidende Rolle: Wir sensibilisieren dafür, weniger Geschäftsreisen zu tätigen und kompensieren unvermeidbare. Zudem haben wir ein eigenes internes Trainingskonzept mit individuellen Workshops entwickelt, in dem wir dazu aufrufen, umweltbewusst zu handeln.

### ZUR PERSON

**Rolf Kuroпка** ist seit Dezember 2011 Geschäftsführer bei der Krahn Chemie. Zuvor arbeitete der promovierte Chemiker knapp fünf Jahre bei Celanese als Vertriebsleiter EMEA für das Polymerdispersionsgeschäft. Kuroпка studierte Chemie an der RWTH Aachen und verfügt über mehr als 30-jährige Branchenkenntnisse in den Bereichen Forschung, Sales und Marketing in der chemischen Industrie.



**Eine weitere Problematik, die viele Unternehmen – auch gerade in der Chemiedistribution – betrifft, ist der zunehmende Mangel an Fachpersonal. Wie würden Sie Ihre Situation beschreiben, und welche Konzepte haben Sie, um dem entgegenzuwirken?**

**R. Kuroпка:** Auch für uns ist es eine sehr große Herausforderung, Fachpersonal zu finden. Insbesondere weil wir Mitarbeitende benötigen, die eine hohe technische Kompetenz mitbringen und im Moment sehr gefragt sind. Ein bedeutender Teil unserer Bemühungen besteht darin, die Attraktivität unserer Branche darzustellen und unsere eigene Bekanntheit zu stärken. Wenn man unter dem Radar bleibt, bleibt man auch unentdeckt. Es ist ebenso wichtig, eine zielgruppengerechte Ansprache zu wählen. Das merken wir derzeit bei nicht leicht zu besetzenden Traineestellen. Wir sind also in Schulen und Unis vertreten und haben einen Ausbildungsfilm, der gezielt junge Talente anspricht. Außerdem bieten wir die

■ [www.krahn.eu](http://www.krahn.eu)

Möglichkeit, sowohl global als auch landesweit zu arbeiten. Mit unserem Mobilitätsprogramm können Mitarbeitende für eine Zeit von einem unserer internationalen Büros aus tätig sein. Ein weiteres wichtiges Ziel ist es, Mitarbeitende langfristig an uns zu binden. Dazu gehört unter anderem die Überwindung von starren Hierarchien und die Förderung von Verantwortungsübernahme sowie eigenständigen Entscheidungsprozessen. Diese Denkweise haben wir bereits erfolgreich in unsere Unternehmenskultur integriert.

**Unser Ziel ist es, eine dezentrale Organisation mit starken lokalen Verantwortlichkeiten zu sein.**

durch Tochtergesellschaften oder lokale Vertriebsteams abgedeckt hatten, sondern auch darum, das bestehende Geschäft zu inspirieren. Durch die wichtige Akquisition in den Beneluxländern haben wir beispielsweise Zugang zu zwei Laboren in Deutschland und Polen erhalten, die bereits eine starke Kernkompetenz in der Farbmetrik bieten. In Europa ist es äußerst selten, einen unabhängigen Anbieter von Farbmetrik-Lösungen zu finden, der über eine derart umfangreiche Kompetenz verfügt wie Krahn Chemie. Darüber hinaus erlangen wir umfangreiches Wissen über spezifische Kundenanforderungen in der jeweiligen Region. Unser Ziel ist es, eine dezentrale Organisation mit starken lokalen Verantwortlichkeiten zu sein, um einen bestmöglichen Service anzubieten.

**Auf welchen Märkten ist die Krahn Chemie vertreten und in welchen**

Schmierstoffe, Wasch- und Reinigungsmittel, Körperpflege, chemische Zwischenprodukte sowie Wärmeträgerflüssigkeiten. Nach wie vor spielen die Märkte Farben und Lacke, Bauchemie, aber auch der Schmierstoff- und Kunststoffmarkt eine große Rolle. Schaut man auf unsere getätigten Akquisitionen, so waren es Unternehmen, die Wasch-

und Reinigungsmittel, aber auch den Körperpflege- und Schmierstoffmarkt im Fokus haben. Wir wollen Krahn für die Zukunft stabil aufstellen und uns mit anderen Industriezyklen verbinden. Dies ist ebenso spannend für unsere Partner, wenn

ranten und verfügen gleichzeitig über einen umfassenden Überblick sowie technisches Verständnis für die Anforderungen unserer Kunden und der jeweiligen Märkte. Das spiegelt sich in unserer dezentralen Denkweise und in der Segmentfo-

**Unser Gesamtpaket hat viel mit Services zu tun.**

Prototypen für den Umstieg von fossilen auf biobasierte Materialien

### UPM kooperiert mit Designhochschule

UPM Biochemicals und die Designhochschule Central Saint Martins College (CSM), University of the Arts London (UAL), starten eine wegweisende Zusammenarbeit beim Produktdesign. Im Rahmen der Design-Kooperation werden die Studenten Marken und Designer dazu inspirieren, sich von fossilen Materialien zu verabschieden, indem sie die Materialien umstellen auf Biochemikalien aus nachhaltigem Hartholz. So wollen sie zeigen, dass es in vielen Branchen bereits heute möglich ist, auf erneuerbare und zirkuläre Materialien umzusteigen.

UPM entwickelt klimaneutrale Biochemikalien, die in einer Vielzahl von Alltagsgegenständen – von Schuhen und Mode bis hin zu Möbeln und Autos – eingesetzt werden können und so fossile Materialien ersetzen. Die Grundstoffe werden aus nachhaltig gewonnener Biomasse aus zertifiziertem Anbau hergestellt.

Ein Team von 50 Produkt- und Industriedesign-Studenten der renommierten Designhochschule hat die Aufgabe, nachhaltige Materialien in radikale Designlösungen einzusetzen. Damit soll gezeigt werden, dass es für die Industrie bereits in vielen Fällen möglich ist, ihre Produktions- und Lieferketten auf eine erneuerbare Kreislaufwirtschaft umzustellen. Konkret bedeutet dies, den Ressourceneinsatz zu reduzieren, erneuerbare Materialien zu verwenden und sicherzustellen, dass ein Produkt nach seiner Nutzung in der Wertschöpfungskette verbleiben kann.

„Wir müssen grundlegend neue Konzepte entwickeln und überdenken, wie Marken Nachhaltigkeit als Markenwert etablieren und ihn durch das Ziel CO<sub>2</sub>-Neutralität erhöhen können“, erläutert Martin Ledwon, Vice President Stakeholder Relations, UPM Biorefining & Technology. (mr)

Herstellung von massebilanzierem Polyacetal

### Asahi Kasei bezieht Biomethanol von Mitsui

Asahi Kasei und Mitsui kooperieren bei der Beschaffung von in den Vereinigten Staaten hergestelltem Biomethanol. Im Rahmen der Zusammenarbeit plant Asahi Kasei, das von Mitsui bezogene Biomethanol für die Herstellung von massebilanzierten technischen Kunststoffen, insbesondere Polyacetal, zu verwenden.

Viele japanische Unternehmen verstärken zunehmend ihre Bemühungen, die Treibhausgasemissionen in ihrer gesamten Produktlieferkette zu reduzieren, um die von der japanischen Regierung bis 2050 angestrebte Kohlenstoffneutralität zu realisieren. In diesem Zusammenhang arbeitet Asahi Kasei an der Herstellung von massebalancierten technischen Kunststoffen, wie etwa dem Polyacetal Tenac, unter Verwendung von biomassebasierten Materialien.

Der Geschäftsbereich Material von Asahi Kasei bietet Fasern & Textilien, Petrochemikalien, Hochleistungs-

polymere und -werkstoffe, Batterie-separatoren und Elektronikgeräte an und ist der weltweit einzige Hersteller von Homo- und Copolymer Polyacetal. Kooperationen spielen bei der Etablierung einer nachhaltigeren Lieferkette eine tragende Rolle. Die beiden japanische Unternehmen arbeiten gemeinsam daran, Lösungen für verschiedene Probleme bei der Materialbeschaffung zu finden.

In den USA bezieht Mitsui Biomethanol, das in Form von Biogas aus Siedlungsabfalldeponien gewonnen wird, und verwendet es im Massebilanzverfahren zur Herstellung von Biomethanol beim lokalen Joint Venture Fairway Methanol. Asahi Kasei und Mitsui haben die International Sustainability & Carbon Certification (ISCC PLUS-Zertifizierung) für ihre Lieferketten erworben, um die Nachhaltigkeitsmerkmale des Rohstoffs für die Verwendung in Endprodukten nachzuweisen. (mr)

**SOURCING  
LOGISTIK  
DISTRIBUTION  
LOHNPRODUKTION**

**DAS GANZE SPEKTRUM  
GEBÜNDELT IN EINEM  
PARTNER.**

Über 20.000 Kunden weltweit vertrauen auf uns als ihren Single Sourcing Partner für die bedarfsgerechte und sichere Distribution ihres chemischen Bedarfs.  
Kunde werden auf [hugohaeffner.com](http://hugohaeffner.com)

**HÄFFNER  
GMBH & CO. KG**